

Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación

*Communication and Education in a digital connected world.
Presentation*

*Comunicação e Educação em um mundo conectado digital.
Apresentação*

Coordinadores del número:

Dra. Rosa García-Ruiz

Profesora Titular

Facultad de Educación (Universidad de Cantabria)

rosa.garcia@unican.es

<https://orcid.org/0000-0003-1445-6968>

España

Dra. Ana Pérez-Escoda

Profesora investigadora

Facultad de Comunicación y Artes (Universidad Nebrija)

aperez@nebrija.es

<https://orcid.org/0000-0002-4895-0043>

España

DATOS DEL NÚMERO

Fecha de publicación: 1 de julio de 2020

Editores de la revista: Francisco García García (Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, UCM) y Manuel Gértrudix Barrio (Profesor Titular de Comunicación Digital, URJC)

Coordinadores del número: Rosa García-Ruiz (Profesora Titular, Facultad de Educación, Universidad de Cantabria) y Ana Pérez-Escoda (Profesora Investigadora, Facultad de Comunicación y Artes, Universidad Nebrija)

Para citar este artículo: García-Ruiz, R. y Pérez-Escoda, A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación, *Icono 14, 18* (2), 1-15. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1580

Resumen

La transformación digital construye sociedades basadas en lógicas participativas y conectadas donde los ciudadanos se convierten en usuarios en red que participan en igualdad de condiciones desde dispositivos móviles. La cada vez más naturalizada interacción virtual, acentuada tras los últimos sucesos de confinamiento global por la pandemia Covid-19, obliga a una continua reflexión en la que la comunicación y la educación son factores determinantes en el avance de la sociedad. La cuestión que emerge ante un panorama de inexorable penetración tecnológica y conectividad es si se están realizando las acciones y prácticas adecuadas para que esa participación resulte crítica y democrática. En este contexto se presenta este monográfico donde comunicación y educación se entrelazan para ofrecer aportes significativos en cuatro áreas: 1) la comunicación tratada en el ámbito educativo: el periodismo en el aula y las competencias transmedia; 2) las redes sociales como espacios para la comunicación y la educación: uso de Twitter e Instagram en contexto educativo, bots, desinformación, bulos y competencias digitales; 3) las nuevas generaciones conectadas, y 4) actores emergentes en la comunicación y la educación: youtubers, gamers plataformas OTT y responsabilidad familiar.

Palabras clave: *Comunicación; Educación; Alfabetización mediática; Redes sociales; Periodismo; Competencias digitales*

Abstract

The digital transformation builds societies based on participatory and connected logics where citizens become network users who participate on equal terms from mobile devices. The increasingly naturalized virtual interaction, accentuated after the last events of global confinement by the Covid-19 pandemic, forces a continuous reflection on communication and education as determining factors in the advancement of society. The question that emerges in the face of inexorable technological penetration and connectivity is whether they are carrying out the appropriate actions and practices for this resulting critical and democratic participation. In this context, this monograph is presented where communication and education are intertwined to offer specific contributions in four areas: 1) communication addressed in the educational field: journalism in the classroom and transmedia skills; 2) social

networks as spaces for communication and education: use of Twitter and Instagram in an educational context, bots, misinformation, rumors and digital skills; 3) new connected generations, and 4) emerging actors in communication and education: youtubers, OTT platform gamers and family responsibility.

Key Words: *Communication; Education; Media Literacy; Social Media; Journalism; Digital Skills*

Resumo

A transformação digital constrói sociedades baseadas em lógicas participativas e conectadas, onde os cidadãos se tornam usuários de rede que participam em termos iguais de dispositivos móveis. A interação virtual cada vez mais naturalizada, acentuada após os últimos eventos de confinamento global pela pandemia de Covid-19, força uma reflexão contínua sobre comunicação e educação como fatores determinantes no avanço da sociedade. A questão que surge diante da inexorável penetração e conectividade tecnológica é se eles estão adotando as ações e práticas apropriadas para essa participação crítica e democrática resultante. Nesse contexto, é apresentada esta monografia onde a comunicação e a educação estão interligadas para oferecer contribuições específicas em quatro áreas: 1) comunicação abordada no campo educacional: jornalismo em sala de aula e habilidades transmídia; 2) redes sociais como espaços de comunicação e educação: uso do Twitter e Instagram em um contexto educacional, bots, desinformação, trotes e habilidades digitais; 3) as novas gerações conectadas e 4) os novos atores em comunicação e educação: youtubers, jogadores da plataforma OTT e responsabilidade familiar.

Palavras chave: *Comunicação; Educação; Alfabetização midiática; Redes sociais; Jornalismo; Habilidades digitais*

Presentación

Las sociedades actuales se construyen sobre lógicas participativas y conectadas donde los usuarios en red se conectan e interactúan en igualdad de condiciones desde dispositivos móviles auspiciados por entornos digitales que otorgan al usuario la posibilidad de consumir tanto como de producir contenidos en el ecosistema online

MONOGRÁFICO

(Helbing, 2019; Scolari, 2019). Este contexto pone la comunicación en el epicentro de la transformación que vivimos y la convierte en aspecto fundamental cuando hablamos de educar a las nuevas generaciones. Por otro lado, la penetración de los dispositivos móviles hace que esta participación alcance cada día mayores nichos poblacionales, en enero de 2020 se alcanzaron los 5.200 millones de usuarios de móviles, así como 3.800 millones de usuarios activos en redes sociales (Hootsuite, 2020), acortando, así, la brecha digital de acceso tanto en poblaciones infantiles como adultas.

La cuestión que emerge ante un panorama de inexorable penetración tecnológica y conectividad es si la alfabetización mediática y digital resulta realmente adecuada para que esa participación resulte crítica y democrática y la educación en comunicación esté siendo efectiva (Evans, 2019; Pérez-Escoda, García-Ruiz & Agudaded, 2019).

En este contexto, la educación se erige como la punta de lanza que hará posible la superación de limitaciones en la sociedad hiperconectada y dominada por intereses empresariales y políticos que dirigen medios de comunicación y tecnologías que todos consumimos a diario (Jiménez, Garmendia & Casado, 2018). Así lo ponen de manifiesto estudios recientes y expertos que encuentran en la unión entre comunicación y educación una oportunidad única para formar ciudadanos que ejerzan una convivencia adecuada en este mundo digital y conectado al que nos enfrentamos (Pérez-Tornero, 2017; Sádaba, 2016). Esta simbiosis hará posible también trazar estrategias coherentes para garantizar la igualdad de condiciones en el uso de la información y de los dispositivos que posibilitan la comunicación.

La educación es pues el pilar fundamental para equiparar las oportunidades de niños, jóvenes y adultos como ciudadanos participativos, críticos y libres en una sociedad que, distando mucho aún de ser inclusiva, plantea grandes retos en la formación inicial y continua. Las necesidades se centran entorno a las competencias necesarias para dominar nuevas formas de comunicación, de acceso a la información digitalizada, de expresión sin límites y habilidades informáticas y comunicativas que permitan el aprovechamiento del poder transformador de los medios sociales (De Aguilera & Casero-Ripollés, 2018), logrando, en definitiva, una verdadera participación equitativa en el entorno social y mediático.

Para lograr equilibrar esta sociedad, en la que las tecnologías y la comunicación son cada día más relevantes, es preciso, por tanto, propiciar el desarrollo de las competencias adecuadas en pro de garantizar que los ciudadanos participen con la formación adecuada (García-Ruiz, & Pérez-Escoda, 2019; Pérez-Escoda, 2015). Este reto necesita un nuevo enfoque curricular hacia una alfabetización digital y mediática que permita un avance sustancial en la superación de riesgos derivados de la manipulación mediática, de los usos inadecuados de internet, del consumo inapropiado de información, de la desinformación y infoxicación y de la difusión de *fake news*. Además, desde una perspectiva activa es fundamental proveer de recursos a los centros educativos para garantizar el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen los recursos digitales, los dispositivos móviles, las nuevas formas de comunicación en red, la formación presencial y en línea, y, en definitiva, que refuerce el empoderamiento de la ciudadanía en la sociedad.

En este monográfico se abordan una diversidad de enfoques disciplinares que apuestan por una alfabetización digital y mediática de la ciudadanía, ofreciendo propuestas para: mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje con el uso de diferentes recursos digitales y redes sociales en actividades académicas, identificar bulos o noticias falsas en los medios de comunicación, desarrollar la conciencia crítica y cívica de estudiantes y docentes respecto a los contenidos y recursos que se consumen y se comparten con otros. Así mismo se plantean soluciones para lograrlo, todas ellas dirigidas hacia el reconocimiento del papel de una educación sustentada en la educación mediática y digital que potencia el desarrollo de competencias, esto es, conocimientos, habilidades y actitudes para garantizar una apropiación de los recursos mediáticos y digitales. Varias son las propuestas educativas presentadas como: la creación de una asignatura basada en el periódico para estudiantes de secundaria, el uso de la herramienta “Maldito feminismo” para detectar bulos de género en los medios; el uso de redes sociales para mejorar la comunicación entre estudiantes y docentes, como Instagram; el uso de videojuegos para desarrollar la competencia cívica o la formación dirigida a padres y madres para mejorar su rol de mediadores ante los medios y recursos digitales. El monográfico presenta un conjunto de aportaciones que dan valor a la apuesta por la convergencia entre comunicación y educación en un ecosistema digital y mediático en el que es preciso dotar a la ciudadanía de herramientas poderosas para que afronten los retos comunicativos desde estrategias educativas. Como inicio de este monográfico se

MONOGRÁFICO

presenta un artículo ensayístico realizado por Amor Pérez Rodríguez, “Homo sapiens, homo videns, homo fabulators. La competencia mediática en los relatos del universo transmedia” en el que la autora reflexiona ampliamente sobre la ingente y prolija información que nos llega por múltiples vías, así como los cambios en el espacio para interactuar y desarrollar la comunicación y las transformaciones en las narrativas actuales que dominan los contextos educativos y comunicativos. Todo ello en defensa de la necesidad de una alfabetización mediática adecuada para la gestión de un cambio educativo y comunicativo. Esta aportación encabeza un conjunto de trece visiones distintas que enriquecen el ámbito del conocimiento en la intersección de la comunicación y la educación.

La comunicación tratada en el ámbito educativo

La multiplicación de pantallas, plataformas y herramientas de comunicación y creación de contenidos dotan a la ciudadanía de infinitas posibilidades de comunicación e interacción (Avilés, 2015) pero también de aprendizaje a través de dispositivos, recursos en abierto y herramientas digitales que amplifican las opciones educativas fuera de las paredes del aula. En este sentido María José Brites plantea este enfoque simbiótico tan necesario en su artículo “Periodismo y recursos digitales para una transformación de la escuela” analizando cómo comunicación y educación pueden formar un ente capaz de transformar la mirada de los estudiantes dotándoles de la competencia de pensamiento crítico a través de las herramientas del periodismo. La autora plantea cómo la situación a la que los centros educativos han tenido que enfrentarse ante la pandemia del Covid-19, ha provocado que la sociedad al completo se sensibilice con docentes, estudiantes y familias, respecto a la falta de medios y de formación específica para poder garantizar una enseñanza de calidad. El estudio realizado en centros educativos portugueses, con la recogida de datos previa a la pandemia, avanza ya las dificultades que el profesorado tiene respecto al entorno educativo digitalizado, así como los problemas relacionados con la dotación de infraestructuras necesarias para acceder al entorno digital en unas condiciones mínimas de calidad.

Ante este panorama complejo, en el que la importancia de la formación en recursos mediáticos y digitales se hace evidente, el periodismo como recurso edu-

cativo, arroja cierta luz en la creación de una escuela democrática, en la que los estudiantes desarrollen una mirada crítica que les permita acceder y comprender el mundo digitalizado y conectado en el que conviven. Así lo muestran Aurora Labio-Bernal, Lorena Romero-Domínguez, M^a José García Orta y Victoria García-Prieto, en “Competencia digital informacional, alfabetización mediática y periodismo. Un análisis de caso a través del proyecto “La Prensa en la Escuela”, en el que proponen el periodismo como herramienta didáctica mediante la cual los docentes puedan favorecer en sus estudiantes el desarrollo de la alfabetización mediática. En el artículo plantean la necesidad de formar a los docentes para un correcto manejo de los medios de comunicación, que de manera efectiva se implemente en sus asignaturas, superando las limitaciones encontradas para favorecer la capacidad crítica y reflexiva de los estudiantes a partir de la comprensión de contenidos periodísticos. Del análisis del caso se desprende que los docentes consideran fundamental formar en alfabetización mediática, por lo que se evidencia el interés por aunar comunicación y educación, si bien, tal y como exponen los autores, es necesario un trabajo transversal de formación del profesorado para lograrlo.

La transversalidad, tanto en el ámbito comunicativo como educativo supone un aspecto fundamental que va acompañado de otro aspecto de relevancia sustantiva: la inclusión. En esta idea de favorecer la inclusión activa y participativa de los jóvenes en un mundo conectado y digitalizado, ahondan los autores Santiago Giraldo-Luque, Santiago Tejedor, Marta Portales y Ricardo Carniel-Bugs, a partir del estudio realizado con estudiantes de periodismo. En “Competencias transmedia en estudiantes de Periodismo: producción y edición de contenidos informativos multimedia” presentan un concepto que cada vez tiene mayor repercusión en el ámbito comunicativo y en el ecosistema mediático: “transmedia”, pero que, sin embargo, resulta poco conocido conceptualmente por los estudiantes. A partir de los resultados de su estudio ponen de manifiesto un dominio de la alfabetización de carácter más instrumental o técnico en el manejo de los contenidos informativos, en detrimento de un análisis crítico de dichos contenidos, resultando fundamental para un profesional del periodismo.

Las redes sociales: espacios para la comunicación y la educación

La vinculación necesaria entre comunicación y educación se torna más patente y necesaria que nunca cuando hacemos alusión a las redes sociales y su influencia sobre todos los ámbitos de nuestra vida. El alcance de las redes como espacios masivos de comunicación e interacción fáciles de utilizar por todas las edades lo convierten en foco de atención (Radesky, Schumacher y Zuckerman, 2015). Por tanto, urge la necesidad de aprender a controlarlas, es decir, a hacer un uso adecuado de ellas, a frenar la manipulación, la desinformación la difusión de noticias falsas, entre otros riesgos asociados, y esto precisamente debe aprenderse desde los centros educativos (Rodríguez-Fernández, 2019; Santamaría y Meana, 2017; Skoric, Zhu, Goh, & Pang, 2016). Dos son los artículos que ponen en valor el poder transformador de las redes sociales, como espacios virtuales de interacción, concretamente, Twitter e Instagram. Dafne Calvo, Lorena Cano y Almudena Esteban en su artículo, “Materiales y evaluación del nivel de alfabetización para el reconocimiento de Bots sociales en contextos de desinformación política”, tratan de diagnosticar el nivel de alfabetización mediática de los estudiantes universitarios y de mejorarlo a partir de la participación en un taller en el que se aprende a detectar Bots en Twitter. Según los autores es fundamental la alfabetización mediática para empoderar al ciudadano y reducir así la brecha digital, garantizar el acceso a información de calidad, reducir la manipulación de los medios de comunicación, o comunicarnos de una manera segura. Se trata de una propuesta de implementación en las aulas de la alfabetización mediática y digital que, sin duda, en esta época marcada por una pandemia global y por una necesidad social de información libre de manipulación política, constituye un modelo a replicar en otras etapas educativas y contextos.

Instagram es la red Social propuesta por Nadia Alonso y Raúl Terol en “Alfabetización transmedia y redes sociales: Estudio de caso de Instagram como herramienta docente en el aula universitaria”, como recurso didáctico en las aulas universitarias que aporta ventajas como las vinculadas al interés por la asignatura, así como la mejora de la comunicación del docente con los estudiantes. Se trata de una experiencia educativa que demuestra el interés y la necesidad de encontrar puntos en común entre comunicación y educación para mejorar la formación ciudadana y

aprovechar las competencias transmedia de los jóvenes en las aulas respecto a la generación de contenidos.

Resulta evidente en este contexto que la responsabilidad de los docentes respecto a la alfabetización mediática y digital de los estudiantes es crucial, para lo que cuentan, como hemos avanzado, con recursos mediáticos y digitales potentes y actuales que mejoran el aprendizaje y el desarrollo de competencias clave. Sin embargo, esto requiere un alto nivel competencial, tema ampliamente analizado en estudios precedentes (Scolari, 2018). Sara Dias-Trindade y Antonio Gomes Ferreira, en el artículo “Competencias digitales docentes: DigcompEdu Checkin como proceso de evolución desde la alfabetización hasta la fluidez digital” insisten en la conveniencia de integrar tecnologías digitales en entornos educativos, y proponen un cuestionario de autoevaluación de la competencia digital para docentes para comprobar sus necesidades de formación en aquellas áreas en las que lo requiera. Para su investigación, los autores se basan en el marco de referencia europeo Dig-CompEdu lo que les permite identificar carencias y niveles de competencia digital entre los docentes y sugerir, de este modo, estrategias no sólo para la superación de carencias sino para la consecución de una fluidez digital.

Recuperando la capacidad de impacto de las redes sociales, como transmisoras de gran alcance de cualquier información que en ellas se genere, Paula Herrero-Diz, Mata Pérez-Escolar y Juan Francisco Plaza, proponen un análisis sobre el desorden informativo en “Desinformación de género: análisis de los bulos de Maldito Feminismo”. Centrando la temática del trabajo en las hostilidades de género que se producen en los escenarios digitales, los autores trabajan el sexismo digital proponiendo una herramienta para clasificar noticias falsas a partir de los bulos desmentidos por el medio Maldita.es en su sección Maldito Feminismo. La contribución del trabajo busca reducir el efecto de los bulos, con una clara intención de distribuir contenidos engañosos principalmente difundidos a través de redes sociales. La comunicación de bulos de manera masiva y constante que implica daños colectivos, en este caso de género, supone un aspecto fundamental a tratar desde una vertiente educativa.

Las nuevas generaciones conectadas

La exposición que las nuevas generaciones tienen a las tecnologías móviles y a la conectividad impone, sin duda, la necesidad de trabajar la comunicación y la educación desde la perspectiva de las competencias. Un desarrollo competencial adecuado será lo que garantice que los más jóvenes estarán protegidos frente al uso indiscriminado de Internet, cada vez a más temprana edad (Martínez-Pastor, Catalina-García y López-de-Ayala, 2019). En este sentido, es fundamental conocer cuál es la situación de los estudiantes respecto a su nivel de alfabetización mediática para actuar desde el ámbito educativo y formarles en los aspectos necesarios que garanticen su participación ciudadana en el ecosistema digital y mediático (Pérez-Maíllo, Sánchez-Serrano, y Pedrero-Esteban, 2018). Daniel Aparicio, Fernando Tucho y Rafael Marfil, en su artículo “Las dimensiones de la competencia mediática en estudiantes universitarios españoles” tras un estudio en 25 universidades españolas, encuentran que el nivel de los estudiantes universitarios es bajo, excepto en la dimensión tecnológica, por lo que reclaman una formación específica para mejorar la alfabetización mediática y digital de este colectivo. Los resultados en este campo siguen trasluciendo que mientras el uso instrumental de la tecnología está controlado la educación mediática y digital presenta aún grandes lagunas entre los estudiantes, en este caso de universidad en España.

Para obtener una visión internacional del tema, en el siguiente artículo, contextualizado en Brasil, las autoras Gabriela Borges, Mónica Fantín, Márcia Barbosa, María Alzira Pimenta y Soraya María Vieira, se plantean el mismo objetivo en una muestra más joven. Analizar el nivel de competencia mediática de estudiantes entre 14 y 16 años como metodología de diagnóstico en Brasil aporta evidencias del fenómeno desde la misma perspectiva académica con diferente contexto. Los resultados indican que se precisa una formación para promover el desarrollo del pensamiento crítico en los adolescentes, principalmente, en las prácticas de producción y difusión de mensajes, a pesar de que muestran un nivel aceptable de competencia en el manejo de la tecnología, el lenguaje y su formato estético, así como en el ámbito de la ideología y los valores que transmiten y consumen.

Actores emergentes en la educación y la comunicación

La transformación ocasionada por las redes sociales, que modifica los tradicionales esquemas de participación y aprendizaje jerarquizados y monopolizados por unos pocos: medios de comunicación en el caso comunicativo y, docentes, en el caso de la educación, trae consigo la emergencia de otros fenómenos. La eclosión del fenómeno “influencer”, “youtuber”, “gamer” o las plataformas de contenidos audiovisuales bajo demanda, refuerzan un modelo basado en un usuario activo, en un consumidor capaz de producir y participar en el proceso, tanto comunicativo como educativo (Pérez-Escoda y García-Ruiz, 2020).

En este contexto la infancia queda incluida en un escenario de participación activa en el que ejerce un consumo masivo en red que queda, la mayoría de las veces, exento de estudio por la dificultad que supone acceder a ellos. Este nicho poblacional que difícilmente aparece en las estadísticas resulta de tremendo interés para determinados agentes como youtubers y plataformas de recursos audiovisuales por las inercias de consumo que los propios padres o tutores propician en los más pequeños al ponerlos frente a las pantallas (Livingstone y Haddon, 2009; Smahel, et al., 2020). Paula Renés, Vicent Gozálviz e Inma Berlanga presentan en “YouTube e Influencers en la infancia. Análisis de contenidos y propuestas educativas” este enfoque tan pertinente en el ecosistema de consumo digital donde los pequeños también cuentan. Tras una contextualización teórica del nuevo entorno, los autores llevan a cabo un estudio cuantitativo para conocer los youtubers más seguidos por los niños de Educación Primaria, pasando, seguidamente, a realizar un estudio cualitativo de los perfiles más populares en la red. Los resultados ofrecen una perspectiva reflexiva sobre los contenidos que los niños están consumiendo en la red a través de YouTube y aportan propuestas pedagógicas adecuadas para el desarrollo de la educación mediática en un contexto de infancia conectada.

Tanto como los youtubers, el impacto e influencia que los videojuegos están suponiendo al ámbito educativo y, a los espacios comunicativos, los convierten, también, en centro de atención para el ámbito de la investigación. Jorge Oceja y Natalia González en “Desarrollo de la competencia cívica desde experiencias de juego digitales. Visión internacional de los diseñadores de videojuegos” se centran en

MONOGRÁFICO

el rol que los diseñadores de videojuegos tienen como creadores de estos productos. A partir de las impresiones recogidas se plantea un acercamiento a contextos de aprendizaje formal e informal, en el que estos juegos digitales de carácter cívico presentan un poder transformador en los jugadores si se tienen en cuenta una serie de recomendaciones de diseño. La internacionalización de la muestra objeto de estudio hace que los resultados tengan un interés relevante ante una disposición positiva de los diseñadores para trabajar, conjuntamente, con profesionales de la educación.

Los fenómenos emergentes que también llegan a públicos infantiles y que suponen un impacto comunicativo, socializador y educativo implican directamente a las familias en su conjunto y a los padres en particular. En este sentido, también se presenta un trabajo que supone una llamada de atención a las familias, como responsables del consumo de medios y tecnologías que hacen los menores. María Marcos, María de la Peña Mónica Pérez, Marta Cerezo y Marina Hernández, en "Infancia y contenidos audiovisuales *online* en España: Una aproximación al consumo y a la mediación parental en las plataformas OTT", destacan la mediación parental, centrada principalmente en el tiempo que los menores pasan frente a diferentes dispositivos y en menor medida en el tipo de contenido que consumen. La consulta a 431 padres, madres y tutores refleja que el control parental está más centrado en el tiempo de exposición de los menores a las plataformas de consumo digital que en un control concreto del contenido que consumen los pequeños.

Desde una perspectiva de responsabilidad social, en "E-parenting+" a través de una Escuela de Familias. Formación parental como transferencia desde la investigación", los profesores Noemí Ramírez e Ignacio Aguaded reclaman una mayor formación de las familias respecto al consumo de medios y tecnologías que sus hijos realizan en el hogar. Con un enfoque práctico los autores presentan la evaluación de una Escuela de Familias como clave en el entorno familiar para la gestión del uso de los dispositivos móviles. Se reclama un aprendizaje experiencial con la familia como catalizador de buenas prácticas y base de los buenos hábitos frente a la tecnología que se antoja, para los autores, más una exigencia social que una recomendación.

La certeza de que vivimos tiempos inciertos y con necesidades sobrevenidas, no nos impide afirmar que este monográfico supone una aportación multidisciplinar y significativa en el avance del binomio comunicación y educación que debe buscar conjuntamente respuestas. La renovación continua de los retos que la sociedad del conocimiento nos impone y la rapidez con la que la tecnología pone a nuestro servicio posibilidades de interacción, creación, comunicación y aprendizaje ilimitadas debe mantenernos alerta a educadores y comunicadores. Debemos ser conscientes de la responsabilidad que tácita o explícitamente sobrellevamos en un momento de la historia en el que como predijo Benedetti: “cuando creíamos saber todas las respuestas, nos cambiaron todas las preguntas”. Y es ahí, en la búsqueda de nuevas respuestas donde deben caminar juntas la comunicación y la educación en un mundo digital y conectado.

Agradecimientos

La participación de las editoras temáticas en este monográfico se enmarca dentro de los resultados del Proyecto I+D “Youtubers e instagramers: La competencia mediática de los prosumidores emergentes” (RTI2018-093303-B-I00), financiado por la Agencia Estatal de Investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Referencias

- Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la Sociedad Red*. Barcelona: Editorial UOC.
- Castañeda, L., Esteve, F., & Adell, J. (2018). ¿Por qué es necesario repensar la competencia docente para el mundo digital? *Revista de Educación a Distancia (RED)*. <https://doi.org/10.6018/red/56/6>
- De Aguilera, M. & Casero-Ripollés, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. Presentación. *Icono 14,16(1)*, 1-21. Doi: 10.7195/ri14.v16i1.1162
- Evans, E. (2019). *Understanding engagement in transmedia culture*. Routledge.
- Helbing, D. (2019). *Homo Socialis: The Road Ahead*. En: Helbing, Dirk (Ed.) *Towards Digital Enlightenment*, pp.187-200. Springer.

MONOGRÁFICO

- From, J. (2017). Pedagogical Digital Competence —Between Values, Knowledge and Skills. *Higher Education Studies*, 7(2), 43-50. <https://doi.org/10.5539/hes.v7n2p43>
- García-Ruiz, R. & Pérez-Escoda, A. (2019). Empower citizenship through education in digital media. *Revista de divulgación científica de la Universidad Alas Peruanas, Hamut´ ay*, 6(2), 7-23. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/HAMUT/article/view/1771/1796>
- Hootsuite (2020). *We are social. Digital 2020*. Abril Global Statshot Report. <https://bit.ly/2z3kLqk>
- Kukulska-Hulme, A. et al. (2020). *Innovating Pedagogy 2020*. The Open University. Dublin. <https://iet.open.ac.uk/file/innovating-pedagogy-2020.pdf>
- Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online: Final Report*. London: EU Kids Online. <http://bit.ly/34D0Ubd>
- Martínez-Pastor, E., Catalina-García, B., & López-de-Ayala, M.C. (2019). Smartphone, menores y vulnerabilidades. Revisión de la literatura. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 10(2), 257-268. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.5>.
- Peña Fernández, S., Lazkano Arrillaga, I., & Larrondo Ureta, A. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 16(40). <http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>
- Pérez-Escoda, A. & García-Ruiz, R. (2020). El engagement del influencer en YouTube como recurso educativo para la innovación en el aula. En A. de Vicente Domínguez y J. Sierra Sánchez (Coord.). *Aproximación periodística y educ comunicativa al fenómeno de las redes sociales*, pp. 447-460. McGrawHill.
- Pérez-Escoda, A., García-Ruiz, R. & Aguaded, I. (2019). Dimensions of digital literacy based on five models of development. *Cultura y Educación*, 31:2, 232-266. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603274>
- Pérez-Maíllo, A., Sánchez Serrano, C., & Pedrero Esteban, L. M. (2018). Viaje al Centro de la Radio. Diseño de una experiencia de alfabetización transmedia para promover la cultura radiofónica entre los jóvenes. *Comunicación y sociedad*, (33), 171-201.
- Pérez Tornero, J.M. (2017). *Aprender valores con internet. Cómo potenciar la ética, el respeto, la tolerancia y la cooperación en internet*. Barcelona: Octaedro.

- Radesky, J.S., Schumacher, J., & Zuckerman, B. (2015). Mobile and interactive media use by young children: The good, the bad, and the unknown. *Pediatrics*, 135(1), 1–3. <https://doi.org/10.1542/peds.2014-2251>
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *El profesional de la información*, 28(3). <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.06>
- Sádaba, C. (2016). Youngsters, Digital Technology and Unplugging. *Коммуникации. Медиа. Дизайн*, 1(2), 129-140. <https://cmd-journal.hse.ru/article/view/6487>
- Santamaría de la Piedra, E., & Meana, R. (2017). Redes sociales y fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75(147), 443–469.
- Scolari, C. (Ed.) (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las oportunidades transmedia de los jóvenes en el aula*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media and Society*, 18(9), 1817–1839. <https://doi.org/10.1177/1461444815616221>
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. EU Kids Online. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj010fo>
- Taddeo, G., & Tirocchi, S. (2019). Transmedia teens: the creative transmedia skills of Italian students. *Information, Communication & Society*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1645193>
- Jiménez, E., Garmendia, M. & Casado, M.A. (2018). *Entre selfies y whatsapps. Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada*. Barcelona: Gedisa.



Este obra está bajo una licencia de [Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).